

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Pengertian Anggaran**

“Anggaran adalah rencana kerja organisasi di masa mendatang yang diwujudkan dalam bentuk kuantitatif, formal, dan sistematis”.

Rudianto (2009:3)

Menurut Adisaputra dan Marwan Asri dalam buku Kamaruddin Ahmad Penganggaran menunjukkan suatu proses sejak dari tahap persiapan yang diperlukan sebelum dimulainya penyusunan rencana, pengumpulan berbagai data dan informasi yang perlu, pembagian tugas, dan pelaksanaan rencana tersebut samapai pada akhirnya, tahap pengawasan dan evaluasi dari hasil pelaksanaan rencana itu. Adisaputra dan Marwan Asri dalam buku Kamaruddin Ahmad (2007:183)

Anggaran adalah laporan-laporan formal sumber daya- sumber daya keuangan yang disisihkan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu selama periode waktu yang ditetapkan. Anggaran menunjukkan pengeluaran, penerimaan, atau laba yang direncanakan di waktu yang akan datang. T. Hani Handoko (2015:375)

Menurut Catur Sasongko dan Safrida Rumondang Parulian, terdapat definisi anggaran yaitu :

- a. Anggaran adalah rencana kegiatan yang akan dijalankan oleh manajemen dalam satu periode yang tertuang secara kuantitatif. Informasi yang dapat diperoleh dari anggaran di antaranya jumlah produk dan harga jualna untuk tahun depan.
- b. Anggaran membantu manajemen tujuan yang tertuang di dalam anggaran. Anggaran memberikan gambaran kepada manajemen tentang sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan yang telah ditentukan dalam anggaran. Kemudian, anggaran juga menjelaskan koordinasi antarbagian dalam perusahaan sehingga tujuan bersama perusahaan dapat tercapai. Catur sasongko (2010:2)

## 2. Anggaran Penjualan

Pengertian anggaran penjualan menurut M.Nafarin yaitu “Anggaran Penjualan merupakan rencana tertulis yang dinyatakan dalam angka dari produk yang akan di jual perusahaan pada periode tertentu”. M.Nafarin (2007:166)

Selain itu menurut Darsono dan Ari Purwanti “Anggaran penjualan adalah anggaran Penjualan ialah rencana pendapatan (*revenue*) perusahaan dalam kurun waktu satu tahun atau lebih”. Darsono dan Ari Purwanti (2000:15)

Sedangkan menurut Tendi Haruman dan Sri Rahayu pengertian anggaran penjualan adalah sebagai berikut :  
Anggaran penjualan ialah *budget* yang direncanakan secara lebih terperinci penjualan perusahaan selama periode yang akan datang yang di dalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan dijual, jumlah (kuantitas), harga barang, waktu penjualan serta tempat atau daerah penjualan. Tendi Haruman dan Sri Rahayu (2007:45)

“Anggaran penjualan menyajikan informasi tentang perkiraan jumlah barang jadi yang akan dijual oleh perusahaan dan harga jual yang diharapkan diperoleh untuk periode anggaran mendatang”. Catur Sasongko (2010:10)

“Anggaran Penjualan adalah rencana kerja perusahaan di masa mendatang pada suatu kurun waktu tertentu di bidang penjualan produk perusahaan”. Rudianto (2009:48)

### 3. Ciri- Ciri Anggaran

Tidak setiap rencana kerja organisasi dapat disebut sebagai anggaran. Karena anggaran memiliki beberapa ciri khusus yang membedakannya dengan sekedar rencana, antara lain :

- a. Dinyatakan dalam satuan moneter. Penulisan dalam satuan moneter tersebut dapat juga didukung oleh satuan kuantitatif lain, misalnya unit. Penyusunan rencana kerja dalam satuan moneter, bertujuan untuk mempermudah membaca dan usaha untuk memahami rencana tersebut.
- b. Umumnya mencakup kurun waktu satu tahun. Bukan berarti anggaran tidak dapat disusun untuk kurun waktu lebih pendek, tiga bulanan misalnya, atau untuk kurun waktu lebih panjang, seperti lima tahunan. Batasan waktu di dalam penyusunan anggaran akan berfungsi untuk memberikan batasan rencana kerja tersebut.
- c. Mengandung komitmen manajemen. Anggaran harus disertai dengan upaya pihak manajemen dan seluruh anggota organisasi untuk mencapai apa yang telah ditetapkan.
- d. Usulan anggaran disetujui oleh pejabat yang lebih tinggi dari pelaksana anggaran. Anggaran tidak dapat disusun sendiri-sendiri oleh setiap bagian organisasi tanpa persetujuan dari atasan pihak penyusun.

- e. Setelah disetujui, anggaran hanya diubah jika ada keadaan khusus. Anggaran boleh diubah jika situasi internal dan eksternal organisasi memaksa untuk mengubah anggaran tersebut.
- f. Harus dianalisis penyebabnya, jika terjadi penyimpangan di dalam pelaksanaannya.

#### 4. Fungsi Anggaran

Dalam upaya untuk mencapai tujuan didirikannya perusahaan. Organisasi perusahaan memiliki berbagai fungsi yang berkaitan dengan pencapaian tujuan tersebut. Secara umum seluruh fungsi di dalam suatu organisasi dapat dikelompokkan ke dalam empat fungsi pokok, yaitu :

- a. *Planning* (Perencanaan)  
Di dalam fungsi ini ditetapkan tujuan jangka panjang, tujuan jangka pendek, sasaran yang ingin di capai, strategi yang akan digunakan dan sebagainya. Di dalam fungsi ini berkaitan dengan segala sesuatu yang ingin dihasilkan dan dicapai perusahaan di masa mendatang.
- b. *Organizing* (Pengorganisasian)  
Setelah segala sesuatu yang ingin dihasilkan dan dicapai perusahaan di masa depan telah ditetapkan, maka perusahaan harus mencari sumber daya yang dibutuhkan untuk merealisasikan rencana yang telah ditetapkan tersebut.
- c. *Actuating* (Menggerakkan)  
Setelah sumber daya yang dibutuhkan diperoleh, maka tugas manajemen selanjutnya adalah mengarahkan dan mengelola setiap sumber daya yang telah dimiliki perusahaan tersebut agar dapat digunakan sesuai dengan fungsinya masing-masing.
- d. *Controlling* (Pengendalian)  
Setelah sumber daya yang dibutuhkan perusahaan diperoleh dan diarahkan untuk bekerja sesuai dengan fungsi masing-masing, maka langkah berikutnya adalah memastikan bahwa setiap sumber daya tersebut telah bekerja sesuai dengan rencana yang telah dibuat perusahaan, untuk menjamin bahwa tujuan perusahaan secara umum dapat dicapai. Rudianto (2009: 4-6)

## 5. Tujuan Penyusunan Anggaran

Penyusunan Anggaran berurusan dengan masa depan. Tujuan penyusunan anggaran bagi perusahaan adalah memprediksi tingkat aktivitas operasi dan keuangan perusahaan di masa mendatang.

Tujuan utama penyusunan anggaran adalah menyediakan informasi kepada pihak manajemen perusahaan untuk digunakan oleh manajemen dalam proses pengambilan keputusan.

Ada beberapa tujuan disusunnya anggaran, antara lain :

- a. Digunakan sebagai landasan yuridis formal dalam memilih sumber dan investasi dana.
- b. Memberikan batasan atas jumlah dana yang dicari dan digunakan.
- c. Merinci jenis sumber dana yang dicari maupun jenis investasi dana, sehingga dapat memudahkan pengawasan.
- d. Merasionalkan sumber dan investasi dana agar dapat mencapai hasil yang maksimal.
- e. Menyempurnakan rencana yang telah disusun, karena dengan anggaran lebih jelas dan nyata terlihat. M.Nafarin (2007:19)

## 6. Jenis-Jenis Anggaran

Perusahaan menyusun anggaran induk (master budget) yang dapat dibagi kedalam dua kelompok, yaitu anggaran operasional dan anggaran keuangan. Anggaran operasional terdiri atas anggaran penjualan sampai anggaran laba-rugi. Adapun anggaran keuangan terdiri atas anggaran kas dan anggaran neraca.

Perusahaan umumnya menyusun anggaran untuk keseluruhan kegiatan operasional yang dijalankan, seperti kegiatan penjualan, produksi, pemasaran, dan administrasi. Anggaran induk adalah gabungan dari seluruh anggaran yang disusun oleh perusahaan setiap tahunnya. Anggaran induk terdiri atas Anggaran Penjualan. Anggaran Penjualan menyajikan jumlah unit barang atau jasa sekaligus harganya yang diharapkan dapat dijual oleh perusahaan di masa depan.

Menurut Catur Sasongko, pada dasarnya anggaran penjualan dibagi menjadi dua bagian yaitu :

- 1) Anggaran penjualan jangka panjang  
Anggaran penjualan jangka panjang adalah anggaran yang dibuat dengan jangka waktu lebih dari satu tahun. Anggaran ini dimaksudkan untuk perkembangan usaha, perluasan kapasitas dan penanaman modal.
- 2) Anggaran penjualan jangka pendek  
Anggaran penjualan jangka pendek adalah anggaran yang dibuat dengan jangka waktu kurang dari satu tahun atau paling lama sampai satu tahun. Catur Sasongko (2010:54)

#### 7. Faktor Yang Berpengaruh

Mengabaikan berbagai faktor eksternal dan internal di dalam proses penyusunan anggaran merupakan jaminan kegagalan realisasi anggaran di dalam perusahaan. Karena itu, faktor-faktor eksternal dan internal yang terkait tersebut harus diperhatikan di dalam proses penyusunan anggaran.

Menurut Rudianto ada beberapa pertimbangan yang menyangkut motivasi berkaitan dengan penyusunan anggaran antara lain :

- a. Tingkat Kesulitan
- b. Partisipasi Manajemen Puncak
- c. Keadilan
- d. Kesulitan Departemen Anggaran
- e. Struktur Organisasi
- f. Sumber Daya Perusahaan. Rudianto (2009:10)

#### 8. Pengertian Metode Ramalan Penjualan (*sales forecasting*)

“Metode Ramalan Penjualan (*sales forecasting*) merupakan proses aktivitas memperkirakan produk yang akan di jual di masa mendatang dalam keadaan tertentu dan dibuat berdasarkan data yang pernah terjadi atau mungkin akan terjadi” . M.Nafarin (2012:96)

## 9. Perbedaan Karakteristik Anggaran dan Ramalan (*forecast*)

Menurut Kamaruddin Ahmad, perbedaan karakteristik anggaran dan ramalan, yaitu ;

Karakteristik Anggaran :

- a. Dinyatakan dalam satuan keuangan (*moneter*), walupun angkanya berasal dari angka yang bukan satuan keuangan (misalnya unit terjual dan jumlah produksi).
- b. Mencakup kurun waktu satu tahun atau dalam periode tertentu lainnya.
- c. Isinya menyangkut komitmen manajemen, yaitu manajer setuju untuk menerima tanggung jawab untuk mencapai sasaran yang telah dianggarkan.
- d. Usulan anggaran dinilai dan disetujui oleh orang yang mempunyai wewenang lebih tinggi daripada yang menyusunnya.
- e. Jika anggaran sudah disahkan, maka anggaran tersebut tidak dapat diubah kecuali dalam hal khusus,
- f. Hasil aktual akan dibandingkan dengan anggaran secara periodik dan penyimpangan-penyimpangan yang akan terjadi dianalisis dan dijelaskan

Sedangkan, Karakteristik Ramalan (*forecast*) :

- a. Boleh dinyatakan dalam satuan keuangan, dan boleh tidak.
- b. Kurun waktu tidak tetap.
- c. Orang yang membuat ramalan tidak mempunyai tanggung jawab untuk mencapai hasil yang diramalkan.
- d. Ramalan biasanya tidak disahkan oleh tingkat manajemen yang lebih tinggi.
- e. Ramalan akan segera diperoleh jika muncul informasi baru mengenai perubahan situasi dan kondisi.
- f. Penyimpangan atas suatu ramalan tidak dianalisis secara formal maupun periodik. Kamarudin Ahmad (2007:18)

## 10. Metode- Metode yang Digunakan Dalam Perhitungan Anggaran

### Penjualan

Metode-metode yang digunakan dalam perhitungan anggaran penjualan yaitu :

#### a. Metode Moment

Metode moment ini mempunyai beberapa keistimewaan yaitu dalam pembuatan *forecast* penjualan menggunakan metode

ini tidak mengenal adanya jumlah data, karena dalam penentuan parameter  $X$  awal dimulainya harus menggunakan angka 0, tetapi tidak mengesampingkan jumlah data minimal yang diperlukan untuk membuat *forecast*.

Rumus yang digunakan dalam metode momen adalah sebagai berikut :

$$Y = a + Bx \quad \dots\dots\dots(1)$$

$$\sum Y = n \cdot a + b \sum X \quad \dots\dots\dots (2)$$

$$\sum XY = a \sum X + b \sum X^2 \quad \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan :

- X = Variabel terikat
- Y = Variabel bebas
- Y = Jumlah data historis
- X = Jumlah nilai pada setiap periode
- a = Nilai konstan
- b = Koefisien arah regresi
- n = Jumlah data

b. Metode *Least Square* (trend garis lurus)

Metode *Least Square* merupakan metode yang menggunakan variabel yang sedikit dan sederhana, sehingga perhitungan paling mudah diantara metode lainnya dan berdasarkan perhitungan dengan metode ini sering dikenal dengan indikator *time series forecast* karena hasil yang dihasilkan dapat lebih akurat.

Rumus yang digunakan dalam metode *least square* ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + Bx \quad \dots\dots\dots(1)$$

Untuk mencari nilai a dan b digunakan persamaan dibawah ini :

$$a = \frac{\sum Y}{n} \quad b = \left( \frac{\sum XY}{\sum X^2} \right) \quad \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan :

X = Variabel terikat  
 Y = Variabel bebas  
 Y = Jumlah data historis  
 X = Jumlah nilai pada setiap periode  
 a = Nilai konstan  
 b = Koefisien arah regresi  
 n = Jumlah data

c. Metode Kuadrat

Rumus yang digunakan dalam metode kuadrat ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + Bx + c(X)^2 \quad \dots\dots\dots(5)$$

Dimana

$$Y = n.a + c \sum X^2 \quad \dots\dots\dots(6)$$

$$\sum XY = b \sum X^2 \quad \dots\dots\dots(7)$$

$$X^2Y = a \sum X^2 + c \sum X^4 \quad \dots\dots\dots(8)$$

Keterangan :

X = Variabel terikat  
 Y = Variabel bebas  
 Y = Jumlah data historis  
 X = Jumlah nilai pada setiap periode  
 a = Nilai konstan  
 b = Koefisien arah regresi  
 n = Jumlah data

### 11. Standar Kesalahan *Forecasting*

Perusahaan juga dapat menggunakan Standar Kesalahan Forecasting (SKF) untuk menentukan metode mana yang paling sesuai digunakan perusahaan sehingga tidak terjadi penyimpangan yang besar antara realisasi penjualan dengan target penjualan yang telah ditetapkan perusahaan setiap tahunnya. M.Nafarin, (2012:35)

Adapun rumus Standar Kesalahan Peramalan (SKP) adalah sebagai berikut :

$$SKF = \sqrt{\frac{\sum(x - y)^2}{n}} \dots\dots\dots(9)$$

Keterangan :

X = Jualan nyata

Y = Ramalan jualan

n = Jumlah data yang dianalisis

### 12. Analisis Varians Antara Target dengan Realisasi Penjualan

Analisis varians dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan realisasi dibandingkan dengan anggarannya.

Menurut “ Shim dan Siegel “ (2010:13), varians yang lebih kecil dari 5% dianggap tidak material (*inmaterial*). Sedangkan varians melebihi 10% dianggap material (*material*) dan dapat diterima untuk perusahaan yang menerapkan standar yang ketat dibandingkan dengan varians sebesar 5%.

Berikut adalah rumus yang dapat digunakan dalam perhitungan analisis menurut Rudianto (2009:13) adalah :

$$\text{Varians} = \text{Total Anggaran} - \text{Realisasi} \dots\dots\dots(10)$$

$$\text{Persentase Varians} = \frac{\text{Varians}}{\text{Anggaran}} \times 100\% \dots\dots\dots(11)$$

Berdasarkan rumus diatas , dapat diketahui bahwa persentasi pencapaian anggaran penjualan adalah

$$\frac{\text{Total Realisasi Penjualan} \times 100 \%}{\text{Total Target Penjualan}} \dots\dots\dots(12)$$

## B. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 4  
Perbandingan Penelitian

Identitas Penelitian Apek	Diah Sapta Rini A03120039 Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Banjarmasin 2015	Christina Irene A03140033 Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Banjarmasin 2017	Rigita Salsabila A03150044 Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Banjarmasin 2018
Judul	Anggaran Penjualan Pada Alexa Bakery Banjarmasin	Evaluasi Anggaran Penjualan Gorden Sebagai Alat Ukur Efektivitas Kinerja Perusahaan Pada UD 99 Baru Banjarmasin	Perhitungan Anggaran Penjualan Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UD Central Batako Banjarmasin
Tempat Penelitian	Alexa Bakery Banjarmasin	UD 99 Baru Banjarmasin	UD Central Batako Banjarmasin
Permasalahan	Bagaimana perhitungan anggaran penjualan pada Alexa Bakery Banjarmasin Tahun 2015?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah pelaksanaan anggaran penjualan gorden pada UD 99 Baru Banjarmasin sudah efektif ?</li> <li>2. Berapa jumlah penjualan gorden yang efektif untuk tahun 2017?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana prosedur penyusunan anggaran penjualan pada UD Central Batako Banjarmasin ?</li> <li>2. Bagaimana metode peramalan penjualan dapat diterapkan dalam penyusunan anggaran penjualan pada UD Central Batako Banjarmasin?</li> <li>3. Bagaimana varians dan faktor-faktor yang mempengaruhi varians anggaran dan realisasi penjualan pada UD Central Batako Banjarmasin ?</li> </ol>
Tujuan Penelitian	untuk mengetahui bagaimana cara perhitungan anggaran penjualan pada Alexa Bakery Banjarmasin pada tahun 2015?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk mengetahui efektifitas penjualan gorden pada UD 99 Baru Banjarmasin berdasarakan realita penjualan</li> <li>2. Untuk mengetahui</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. untuk mengetahui prosedur penyusunan anggaran penjualan pada UD Central Batako Banjarmasin</li> <li>2. untuk menegtahui metode peramalan</li> </ol>

		berapa jumlah penjualan gorden yang efektif untuk tahun 2017	penjualan dapat diterapkan dalam penyusunan anggaran penjualan pada UD Central Batako Banjarmasin 3. Untuk mengetahui varians dan faktor-faktor yang mempengaruhi varians anggaran dan realisasi penjualan pada UD Central Batako Banjarmasin
Metode Penelitian	Metode Moment, Least Square, dan Kuadrat dan Standar Kesalahan <i>Forecasting</i> (SKF)	Metode Least Square	Metode Moment, Least Square, dan Kuadrat dan Standar Kesalahan <i>Forecasting</i> (SKF)

Sumber : Diah Sapta Rini (2015) dan Cristina Irene (2017)